

بسم الله

شست و شوی مغزی

یا

استیلای رسانه بر دژهای اذهان با اسب تروا



سال ها نوابغ جوامع فارغ از اهدافشان از شور به عنوان محرکی برای سلاح قدرتمند جامعه استفاده کرده اند . در این سال ها نیز پس از مدرنیته اصل تبلیغات و رسانه از هر نوع همین بوده است که با ایجاد شور هایی گاه کاذب اقدام به ایجاد جریان هایی غیر واقعی کرده اند . باید توجه داشت که شور فقط باعث خیزش ناگهانی و موقتی نمی شود و در بیشتر مواقع رسانه ها با ایجاد شور ابتدا اقدام به تغییر در آداب ، اخلاق . سلايق و سپس مبانی فکری جامعه می کنند و این همان مفهوم تلخ و غیر قابل پذیرش شست و شوی مغزی است .

به احتمال زیاد واژه شست و شوی مغزی مفهوم بسیار بدی در ذهن شما تداعی کرد. ولی حیرت آور است با اینکه شست و شو مفهوم درستی دارد و در کنار هر کلمه ای مفهوم مثبتی را تداعی می کند در همراهی واژه ذهن یا مغز ترکیب بسیار بد و ناخوشایندی را می سازد که کمتر کسی این خطاب را می پذیرد البته نگارنده این ترکیب ناخوشایند را یک واژه مشترک می دانم که بسته به هدف آن، رنگ تعلق می پذیرد تا آنجا که گاهی شست و شوی مغزی فرآیندی کاملاً مقدس می شود.

راز ناخوشایندی این واژه در این است که انسان امروز حداقل در حوزه اندیشه، مقلد بودن را نمی پذیرد و سعی در معرفی خود به عنوان فردی خودساخته دارد، هرچند این ادعای زیبا واقعیت نداشته باشد. از طرفی دیگر ذهن انسان بالغ نسبت به نفوذ، از خود واکنش نشان می دهد و ورود هر گونه فکر خارجی را نمی پذیرد. همین تقابل ذهن با اندیشه خارجی و حس بد شست و شوی مغزی قوی ترین مانع پیش روی رسانه است، اما همانطور که امروز می بینیم نتنها رسانه پشت دروازه ها باز نایستاده بلکه سیطره خود را بر دژهای اذهان گسترش می دهد.

آنها در برابر این بزرگترین مانع، بزرگترین فریب را داده اند، آن ها در ذهن مخاطب این مفهوم را بصورت نامحسوس می سازند که آنچه آن ها در حال فرو کردن در ذهن شما هستند فقط حاصل تفکر و نتیجه گیری شماست، در واقع با پوشش اینکه در حال بیان واقعیت هستند مهره ای از حقایق ناکامل، دروغ، مطالب نامرتب و بیان های جانب دارانه را به خورد مخاطب می دهند. این مهره ها فقط به یک حلقه نیازمند است تا به یک ایده کامل تبدیل شود. که با این چینش نامحسوس، هوشمندانه و مغرضانه، خودکار، این ارتباط در ذهن مخاطب ایجاد می شود و این همان مفهوم ناخوشایند شست و شوی مغزی است که حالا در لباس فاخر و مقبول پوشش خبری و آزادی اندیشه به مخاطب عرضه می شود.

در بررسی دقیق تر رسانه امروز می کوشد تا ماهیت اغوایی خود را در پوشش ارشادی پنهان کند. اغوا به معنی تفهیم یک اعتقاد باطل، درست در نقطه مقابل مفهوم ارشاد است و ارشاد همان کارکرد مقدس شست و شوی مغزی است.

یک رسانه خواسته یا ناخواسته همواره در حال تفهیم مفاهیمی در ذهن مخاطب است و راه نفوذ این مفاهیم به دژ غیرقابل نفوذ ذهن که نسبت به شست و شو عکس العمل نشان می دهد همان ایده کهن و همیشه پیروز «اسب تروا» است، در واقع رسانه یگان اغوایی خود را در قالب موهبتی از دروازه های این دژ عبور می دهد. این موهبت چوبین در ذهن هر فرد بنوعی تجلی می

کند؛ برای کسانی در حکم هدیه ای از دنیای تکنولوژی، برای عده ای ارمغان آزادی و حتی برای کسانی موهبت الهی است.

هدیه از هر نوع بالاخره به درون دژ ذهنی که به نفوذ هر ایده خارجی حساسیت نشان می داد وارد شده است، اکنون است که مرحله دوم این تراژدی کلید می خورد و آن انتشار مخلوطی همگن از گزاره های درست، نادرست، نامرتب و مغرضانه است. مرحله پایانی این استراتژی نفوذ توسط خود ذهن بیشتر به یک خودکشی می نماید که ذهن گزاره هایی که حالا دیگر برداشت ها و ایده های نوی خود می پندارد را به هم گره می زند و پازل ناتمام و زنجیره ی ناقص القا تفکر را کامل می کند، و این پایان غم انگیز تراژدی اغوا در پوشش ارشاد است.

در پایان نظر نگارنده این است که برای مصونیت در برابر استراتژی اغوا کارآمدترین شیوه شناخت خط فکری و مواضع رسانه هاست تا دژ ذهن را از هر نفوذ مصون کنیم و این برداشتی است از سخن حضرت امام باقر علیه السلام که درباره آیه **فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ**<sup>۱</sup> فرمودند: انسان باید بنگرد که از چه کسی علم خود را کسب می کند.<sup>۲</sup>

# المصطفی

اهواز - بهمن ۱۳۹۳

- 
۱. آیه ۲۴ سوره عبس
  ۲. عِدَّةٌ مِنْ أَصْحَابِنَا عَنْ أَحْمَدَ بْنِ مُحَمَّدِ بْنِ خَالِدٍ عَنْ أَبِيهِ عَمَّنْ ذَكَرَهُ عَنْ زَيْدِ الشَّحَّامِ عَنْ أَبِي جَعْفَرٍ ع فِي قَوْلِ اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ قَالَ قُلْتُ مَا طَعَامُهُ قَالَ عَلَّمُهُ الَّذِي يَأْخُذُهُ عَمَّنْ يَأْخُذُهُ. [الكافي ج۱ دار الکتب الإسلامیة ص ۵۰]
  ۳. انتشار اختصاصی رهرو ۱۴